



## ETIKA DAN PERBEDAAN INTENSITAS PENGGUNAAN FACEBOOK BERDASARKAN TIPE KEPERIBADIAN, RELIGIUSITAS DAN GENDER: SEBUAH KAJIAN KONSEPTUAL

Suliyanto

Fakultas Ekonomi UNSOED Purwokerto

e-mail: [suli\\_yanto@yahoo.com](mailto:suli_yanto@yahoo.com)

### ABSTRACT

*The use of social networking is growing quickly in recent years. One of the most popular social network in Indonesia is facebook. The development of the use facebook on one hand a positive impact on the other, also give a negative impact.*

*Research linking between religiosities, personality and gender to ethics and the intensity of a relationship have been carried out but these studies are generally carried out in the real world, therefore the number of ethical issues and the intensity of the use of facebook to do research on ethics and intensity of use based on personality religiosities and gender.*

**Keywords:** *Ethic, intensity of relationship, personality, gender, religiosity*

### PENDAHULUAN

Penggunaan jejaring sosial mengalami pertumbuhan yang luar biasa dalam beberapa tahun terakhir ini. Salah satu jejaring sosial yang paling populer di Indonesia adalah facebook. Jumlah pengguna facebook dari Indonesia mencapai 28 juta orang, dari total 38 juta pengguna Internet di Indonesia ([www.internetsehat.com](http://www.internetsehat.com)).

Pengguna facebook di Indonesia kebanyakan adalah pelajar, mahasiswa dan pekerja, dengan kisaran usia antara 18-30 dengan kata lain penggunaan facebook adalah pada golongan usia produktif. Jika dilihat dari jenis kelamin penggunaan facebook antara yang berjenis kelamin laki-laki dengan yang berjenis kelamin perempuan relatif sama.

Fenomena perkembangan penggunaan facebook yang sangat cepat ternyata memberikan dampak positif dan dampak negatif. Dampak positif dari penggunaan facebook adalah semakin mudahnya mencari teman lama, dan mencari teman baru untuk berkomunikasi dan bertukar pikiran. Dampak negatif yang dapat ditimbulkan dari penggunaan facebook berkaitan dengan masalah etika dan intensitas penggunaan yang berlebihan.

Etika dalam penggunaan jejaring sosial perlu diperhatikan, banyak pengguna jejaring sosial

memanfaatkan situs jejaring sosial sebagai ajang menyampaikan saran, membujuk untuk melakukan kegiatan yang tidak sesuai dengan norma masyarakat, melakukan kritik yang berlebihan sehingga bisa menyinggung seseorang maupun perusahaan/organisasi yang berujung pada pencemaran nama baik dan bisa menjadi masalah serius karena sudah melanggar undang-undang dan peraturan yang berlaku. Pentingnya isu-isu etika yang terkait dengan teknologi informasi (TI) bersifat sangat kritis dalam masyarakat kita saat ini (Peslak, 2006), oleh karena itu pemahaman tentang etika dalam penggunaan situs jejaring sosial sangat dibutuhkan.

Dampak negatif yang berkaitan dengan intensitas penggunaan facebook adalah penggunaan facebook dengan intensitas penggunaan yang terlalu tinggi. Jejaring sosial *facebook* dapat menjadi candu bagi pengguna internet karena situs ini dikunjungi sebanyak 1,4 juta orang per hari, dengan rata-rata waktu berkunjung 32 menit per kunjungan, merupakan ukuran intensitas yang tinggi bagi sebuah web. Penggunaan facebook dengan intensitas yang tinggi akan menimbulkan ketidakseimbangan dalam kehidupan seseorang, yakni misalnya berkurangnya perhatian kepada keluarga atau berkurangnya aktivitas lainnya yang lebih bermanfaat sehingga mengurangi produktifitas kerja karena waktu telah tersita untuk situs web *facebook*.

Etika pada penelitian sebelumnya seringkali dikaitkan dengan masalah religiulitas, hal ini karena kehidupan agama mengatur norma-norma masyarakat, sedangkan intensitas untuk menjalin hubungan dengan sesama sering dikaitkan dengan masalah kepribadian karena keperibadian seseorang akan menentukan kesukaan untuk bergaul dan menjalin interaksi dengan orang lain. Etika dan intensitas menjalin hubungan dengan sesama juga seringkali dikaitkan dengan masalah gender, hal ini karena di negara timur masih ada perbedaan perlakuan antara laki-laki dan perempuan dalam hal menjalin hubungan satu dengan yang lain. Penelitian yang mengkaitkan antara religiulitas, tipe kepribadian dan gender dengan etika dan intensitas menjalin hubungan telah banyak dilakukan namun penelitian tersebut pada umumnya dilakukan pada dunia nyata. Hairness dan Leonard (2007) dalam Dewi (2008) menyatakan perlunya penelitian yang menguji variabel psikologis yang berasal dari dalam diri manusia ataupun karakteristik individu, seperti *locus of control*, *personality*, *ego strength* yang mungkin dapat memperkuat persepsi seseorang mengenai sebuah masalah etis dan perilakunya setelah itu. Berdasarkan uraian tersebut maka perlu dilakukan penelitian untuk menganalisis etika dan intensitas penggunaan jejaring sosial *facebook* yang merupakan penerapan etika dan intensitas pada dunia maya.

## MASALAH DAN PEMBAHASAN

### Etika Penggunaan Jejaring Sosial

Etika berasal dari bahasa Yunani yaitu *ethos* yang artinya kebiasaan, adat; akhlak, watak, perasaan, sikap, cara berpikir. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, etika adalah: a) Ilmu tentang apa yang baik dan yang buruk, tentang hak dan kewajiban moral, b) Kumpulan asas/nilai yang berkenaan dengan akhlak, c) Nilai mengenai yang benar dan salah yang dianut masyarakat.

Moral dan etika pada hakekatnya merupakan prinsip-prinsip dan nilai-nilai yang menurut keyakinan seseorang atau masyarakat dapat diterima dan dilaksanakan secara benar dan layak (Suryokusumo, 2010). Hitt (dalam Boatwright & Slate, 2000) mengatakan bahwa etika individu berhubungan dengan nilai-nilai yang dianut oleh individu, dimana nilai-nilai tersebut akan mengarahkan individu dalam menjalani hidupnya. Menurut Mubyarto (2002), etika sebagai ajaran baik-buruk, benar-salah, atau ajaran tentang moral, bersumber terutama dari ajaran

agama. Sugiati (dalam [www.indomedia.com](http://www.indomedia.com)) menegaskan bahwa dalam implementasinya etika selalu dipengaruhi oleh faktor agama dan budaya. Hal yang sama juga diungkapkan oleh Keraf (2003) bahwa agama dan kebudayaan dianggap sebagai sumber utama nilai moral dan aturan atau norma moral atau etika.

Menurut Martin (1993), etika didefinisikan sebagai "*the discipline which can act as the performance index or reference for our control system*". Dengan demikian, etika akan memberikan semacam batasan maupun standar yang akan mengatur pergaulan manusia di dalam kelompok sosialnya. Dalam pengertiannya yang secara khusus dikaitkan dengan seni pergaulan manusia, etika ini kemudian dirupakan dalam bentuk aturan (*code*) tertulis yang secara sistematis sengaja dibuat berdasarkan prinsip-prinsip moral yang ada dan pada saat yang dibutuhkan akan bisa difungsikan sebagai alat untuk menghakimi segala macam tindakan yang secara logika-rasional umum (*common sense*) dinilai menyimpang dari kode etik. Dengan demikian etika adalah refleksi dari apa yang disebut dengan "*self control*", karena segala sesuatunya dibuat dan diterapkan dari dan untuk kepentingan kelompok sosial (profesi) itu sendiri.

Etika merupakan kebiasaan, adat cara berpikir, perasaan, sikap. Dalam kaitannya dengan penggunaan jejaring sosial, etika dipakai agar penggunaan jejaring sosial bermanfaat dan tidak menimbulkan dampak yang negatif. Prinsip etika dapat dipakai dalam penggunaan jejaring sosial yaitu *dignity* (harga diri/martabat), *equity* (keadilan), *prudence* (kehati-hatian), *honesty* (kejujuran), keterbukaan, *good will* (niat baik).

Penggunaan jejaring sosial merupakan salah satu bentuk hubungan secara personal antara yang satu dengan yang lain, sehingga masalah etika berhubungan antar orang yang satu dengan orang yang lain merupakan hal yang penting untuk diperhatikan.

### Intensitas Penggunaan Jejaring Sosial Facebook

Kaloh (dalam Astuti, 2000) berpendapat bahwa intensitas merupakan tingkat keseringan seseorang dalam melakukan suatu kegiatan tertentu yang didasari rasa senang dengan kegiatan yang dilakukan tersebut. Intensitas kegiatan seseorang mempunyai hubungan yang erat dengan perasaan. Perasaan senang terhadap kegiatan yang akan dilakukan dapat mendorong orang yang bersangkutan melakukan kegiatan tersebut secara berulang-ulang. Sebaliknya,

orang yang mempunyai perasaan tidak suka terhadap suatu kegiatan akan jarang melakukan kegiatan yang tidak disukai, seperti halnya membuat facebook. Adanya facebook memungkinkan individu dapat mengembangkan sosialisasinya sampai ke luar pulau dan bahkan luar negara. Sosialisasi merupakan salah satu kebutuhan manusia. Rasa sosialisasi itu sendiri bisa didasari oleh berbagai motif, yakni dorongan untuk mencari teman atau persahabatan bahkan pasangan hidup. Aryana (2007) dalam Arani, (2007) menjelaskan bahwa kebutuhan sosialisasi ini merupakan bagian dari motif afiliasi. Motif afiliasi merupakan dorongan untuk ramah, berhubungan secara hangat dengan orang lain, dan menjaga hubungan itu sebaik-baiknya. Motif afiliasi terefleksikan dalam perilaku yang ditujukan kepada orang lain. Dalam teori McClelland Aryana, (2007) dalam Arani, (2007) bahwa perilaku mencari teman dan hubungan sebanyak-banyaknya itu termasuk dalam kebutuhan untuk hidup bersama dengan orang lain, yang mana hal itu dikategorikan dalam kebutuhan berafiliasi atau disebut dengan motif afiliasi. Selanjutnya dijelaskan bahwa motif afiliasi merupakan dorongan untuk ramah, berhubungan secara hangat dengan orang lain, dan menjaga hubungan itu sebaik-baiknya. Motif afiliasi membantu individu dalam mengadakan sosialisasi, bekerja sama, dan menjalin hubungan baik dengan orang lain.

#### **Tipe Kepribadian**

Kepribadian merupakan pola karakteristik dan cara bertingkah laku seseorang. Kepribadian ditentukan oleh keturunan dan perkembangannya dipengaruhi oleh lingkungan (Hilgard, 1972). Menurut Young (dalam Suryabrata, 1998:185) tipe kepribadian manusia dapat digolongkan menjadi dua yaitu manusia yang bertipe *ekstrovet* dan manusia yang bertipe *introvet*. Eysenck dan Wilson (1992) yang mengemukakan bahwa kepribadian merupakan sejumlah pola tingkah laku yang aktual atau potensial yang ditentukan oleh bawaan dan lingkungan yang dihubungkan melalui interaksi fungsional dari aspek kognitif, afektif dan konatif ke dalam pola tingkah laku. Pandangan tentang faktor yang mempengaruhi kepribadian dapat dikelompokkan menjadi pandangan natifisme yang menyatakan bahwa kepribadian dipengaruhi oleh faktor dari dalam dirinya, dan pandangan empirisme menyatakan bahwa pengaruh kepribadian lebih banyak ditentukan oleh faktor lingkungan.

Eysenck dan Wilson (1992) mengelompokkan manusia menjadi dua tipe kepribadian yaitu manusia

yang bertipe *ekstrovet* dan manusia yang bertipe *introvet*. Tipe kepribadian *ekstrovert* adalah individu yang memiliki ciri-ciri: suka bergaul, suka pesta, mempunyai banyak teman, membutuhkan orang lain untuk bercakap-cakap dan tidak suka membaca atau belajar sendirian. Orang yang bertipe *ekstrovet* terutama dipengaruhi oleh dunia obyektif, yaitu sesuatu yang ada diluar dirinya, orientasinya tertuju keluar, pikiran, perasaan, serta tindakannya ditentukan oleh lingkungan baik lingkungan sosial maupun lingkungan non sosial. Orang tersebut bersifat positif terhadap masyarakatnya, hatinya terbuka dan mudah bergaul, hubungan dengan orang lain lancar. Sebaliknya orang yang bertipe *introvert* adalah individu yang akan memiliki ciri-ciri: tidak suka bergaul, tidak suka pesta, tidak mempunyai banyak teman, tidak membutuhkan orang lain untuk bercakap-cakap dan suka membaca atau belajar sendirian. Orang yang *introvet* terutama dipengaruhi oleh dunia subyektif. Orientasinya terutama tertuju ke dalam pikiran, perasaan serta tindakannya ditentukan oleh faktor-faktor subyektif. Penyesuaian dengan dunia luar kurang baik, jiwanya tertutup dan sukar bergaul dengan orang lain, kurang dapat menarik hati orang lain. Orang yang *introvet* kurang yakin akan hubungan dengan orang lain dan dunia luar, cenderung tidak ramah dan pemalu. Sehingga orang yang *introvert* tidak suka berada ditempat keramaian sebaliknya orang yang bertipe *ekstrovet* akan merasa nyaman ditempat keramaian dan suka pergaulan.

Berdasarkan ciri-ciri kepribadian tersebut di atas, maka dapat dikatakan bahwa dalam kaitannya dengan intensitas dan etika dalam penggunaan jejaring sosial orang yang mempunyai tipe kepribadian *ekstrovert* cenderung memiliki orientasi untuk bergaul, mencari hiburan, mencari teman, mencari orang lain untuk bercakap-cakap, sehingga intensitas penggunaan jejaring sosial semakin tinggi, sebaliknya orang yang berkepribadian *introvert* cenderung intensitas penggunaan jejaring sosial kecil. Oleh karena itu dirumuskan hipotesis sebagai berikut:  
Proposisi 1: Tipe kepribadian membedakan intensitas penggunaan jejaring sosial

#### **Religiusitas**

Religiusitas berasal dari kata religi dari bahasa latin yaitu *religio* yang berarti mengikat (Gazalba, 1985), sedangkan Matdarwan (1986) mengemukakan bahwa *religere* berarti melaksanakan dengan sangat teliti atau dapat pula dirartikan menyatukan diri. Berdasarkan uraian tersebut maka Orang yang religius

adalah orang yang yakin tentang adanya Tuhan dan beribadah kepada-Nya, serta telah menginternalisasi nilai-nilai agama dan berperilaku sesuai dengan norma dan nilai-nilai ajaran agama yang dianutnya.

Menurut Daradjat (1991), keyakinan beragama menjadi bagian integral dari kepribadian seseorang. Keyakinan itu akan mengawasi segala tindakan, perkataan, bahkan perasaannya. Clark (dalam Jamaludin, 1995) Nilai-nilai religi memiliki fungsi yang sangat sentral dan mendalam dalam diri seseorang maka diharapkan seseorang dalam berpikir, bersikap dan bertindak akan sangat dipengaruhi oleh tingkat religiusitasnya. Daradjat (dalam Rahayu, 1997) mengemukakan tentang kesadaran beragama (*religious consciousness*) yang merupakan aspek kognisi dari aktivitas agama dan pengalaman beragama yang membawa perasaan pada keyakinan yang dihasilkan oleh tindakan. Oleh karena itu nilai-nilai agama yang telah diinternalisasi oleh seseorang diharapkan mampu menuntun semua perilakunya.

Hal tersebut senada dengan pendapat Dister (dalam Anggarasari, 1997) yang mengartikan religiusitas sebagai keberagamaan, yang berarti adanya unsur-unsur internalisasi agama itu kedalam diri individu. Orang yang religius adalah orang yang yakin tentang adanya Tuhan dan beribadah kepada-Nya, serta telah menginternalisasi nilai-nilai agama dan berperilaku sesuai dengan norma dan nilai-nilai ajaran agama yang dianutnya.

Mangunwijaya (Hidayat, 1995) membedakan antara istilah agama atau religi dengan religiusitas. Agama menunjuk pada aspek formal yang berkaitan dengan aturan-aturan dan kewajiban-kewajiban, sedangkan religiusitas menunjuk pada aspek yang telah dihayati oleh individu. Kesadaran beragama tidak hanya melandasi tingkah yang nampak, tetapi juga sikap, pemikiran, kemauan dan tanggapan. Menurut Daradjat (1991), keyakinan itu tidak akan mengawasi segala tindakan, perkataan bahkan perasaannya.

Glock dan Stark (Ancok dan Suroso, 1995) mengatakan bahwa keberagamaan seseorang itu ditunjukkan pada ketaatan dan komitmen seseorang terhadap agamanya. Keberagamaan seseorang pada dasarnya lebih menunjuk pada pelaksanaan keagamaan yang berupa penghayatan dan pembentukan komitmen, sehingga lebih merupakan proses internalisasi nilai-nilai agama untuk kemudian diamalkan dalam perilaku sehari-hari. Keberagamaan seseorang meliputi aspek keyakinan, peribadatan, akhlak, ilmu dan penghayatan. Aspek-aspek tersebut merupakan suatu keastuan yang tidak dapat dipisahkan (Ancok dan Suroso, 1995)

Daradjat (1991) mengemukakan istilah kesadaran agama (*religious consciousness*) dan pengalaman agama *religious eksperience*. Kesadaran agama merupakan segi agama yang terasa dalam pikiran dan dapat diuji melalui introspeksi atau dapat dikatakan sebagai aspek mental dari aktivitas agama. Pengalaman agama masalah unsur perasaan dalam kesadaran agama yaitu, perasaan yang membawa keyakinan yang dihasilkan oleh tindakan. Menurut penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa religiusitas adalah proses keagamaan yang berupa penghayatan dan pembentukan komitmen, sehingga lebih merupakan proses internalisasi nilai-nilai agama untuk kemudian diamalkan dalam perilaku sehari-hari. Keberagamaan seseorang meliputi aspek keyakinan, peribadatan, akhlak, ilmu dan penghayatan. Aspek-aspek tersebut merupakan suatu kesatuan yang tidak dapat dipisah-pisahkan.

Thouless (1992) dalam (<http://ramabintangsekolah.blogspot.com>) membedakan faktor-faktor yang mempengaruhi sikap keagamaan menjadi empat macam, yaitu :

- a. Pengaruh pendidikan atau pengajaran dan berbagai tekanan sosial.  
Faktor ini mencakup semua pengaruh sosial dalam perkembangan keagamaan itu, termasuk pendidikan dari orang tua, tradisi-tradisi sosial, tekanan dari lingkungan sosial untuk menyesuaikan diri dengan berbagai pendapat dan sikap yang disepakati oleh lingkungan itu.
- b. Faktor pengalaman  
Berkaitan dengan berbagai jenis pengalaman yang membentuk sikap keagamaan.  
Terutama pengalaman mengenai keindahan, konflik moral dan pengalaman emosional keagamaan.
- c. Faktor kehidupan  
Kebutuhan-kebutuhan ini secara garis besar dapat menjadi empat, yaitu : (a). kebutuhan akan keamanan atau keselamatan, (b). kebutuhan akan cinta kasih, (c). kebutuhan untuk memperoleh harga diri, dan (d). kebutuhan yang timbul karena adanya ancaman kematian.
- d. Faktor intelektual  
Berkaitan dengan berbagai proses penalaran verbal atau rasionalisasi.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa setiap individu berbeda-beda tingkat religiusitasnya dan dipengaruhi oleh dua macam faktor secara garis besarnya yaitu internal dan eksternal.

Faktor internal yang dapat mempengaruhi religiusitas seperti adanya pengalaman-pengalaman emosional keagamaan, kebutuhan individu yang mendesak untuk dipenuhi seperti kebutuhan akan rasa aman, harga diri, cinta kasih dan sebagainya. Sedangkan pengaruh eksternalnya seperti pendidikan formal, pendidikan agama dalam keluarga, tradisi-tradisi sosial yang berlandaskan nilai-nilai keagamaan, tekanan-tekanan lingkungan sosial dalam kehidupan individu. Dari uraian diatas dapat ditarik suatu hipotesis yaitu :

Proposisi 2: Religiulitas akan mempengaruhi etika dan intensitas dalam penggunaan jejaring sosial

### Gender

Gender adalah penggolongan gramatikala terhadap kata-kata benda dan kata-kata lainnya yang berhubungan dengannya, secara garis besar gender berhubungan dengan dua jenis kelamin (Fakih dalam Kuntari, 2010). Gender seringkali diartikan sebagai seks (jenis kelamin). Istilah gender dan sek memang mengacu kepada perbedaan jenis kelamin. Sadli (1995) mengungkapkan bahwa gender adalah suatu atribut sosial mengenai pria dan wanita, misalnya pria digambarkan memiliki sifat maskulin seperti keras, kuat, rasional dan gagah. Sementara wanita digambarkan memiliki sifat feminim seperti halus, lemah, perasa, sopan, penakut. Perbedaan tersebut dipelajari dari keluarga, tokoh masyarakat, lembaga keagamaan, lembaga pendidikan lingkungan kerja dan berbagai media masa baik media cetak maupun media elektronik.

Jenis kelamin merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen. Pada masa sekarang peranan antara laki-laki dan perempuan telah banyak mengalami perubahan, dimana pada saat ini perempuan lebih bebas berekspresi meskipun masih terikat dengan norma-norma tertentu. Perbedaan jenis kelamin ini berpengaruh terhadap pola konsumsi, konsep atas waktu bagi mereka juga berbeda.

Hastuti (2003) menandakan bahwa wanita dicitrakan lebih konsumtif dibandingkan dengan pria. Produsen memandang bahwa wanita adalah konsumen potensial sehingga kelompok ini merupakan sasaran empuk untuk menawarkan produknya. Steriotipe ini berakar dari anggapan bahwa wanita adalah sebagai pengurus rumah tangga dan pelestarian kecantikan. Sehingga wanita adalah orang yang berperan dalam membelanjakan semua kebutuhan rumah tangga termasuk kebutuhan khas

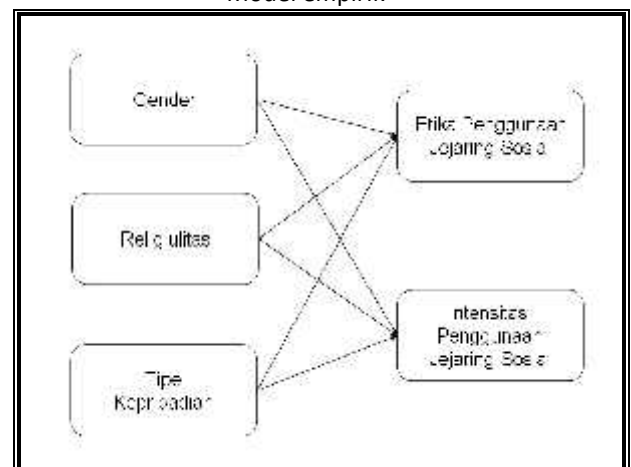
suami seperti rokok, minuman, makanan kesukaan serta berbagai jenis pakaian sehingga predikat sebagai kelompok pembelanja terbesar lebih melekat pada diri wanita jika dibandingkan dengan pria.

Dilihat dari sisi jenis kelamin, intensitas penggunaan jejaring sosial antara laki-laki dan wanita sangatlah berbeda. Wanita cenderung lebih banyak mengakses informasi yang berhubungan dengan situs kesehatan, fashion, dan kecantikan. Sedangkan pria, di lain pihak, lebih suka mengunjungi situs olah raga, berita, dan situs-situs hiburan lainnya (www.kompas.com). Berdasarkan uraian diatas dapat dibuat suatu hipotesis sebagai berikut:

Proposisi 3: Gender membedakan etika dan intensitas penggunaan jejaring sosial

Berdasarkan masalah penelitian yang diturunkan dari proposisi pertama dan proposisi kedua diatas maka dapat dibuat model penelitian empirik sebagai berikut:

Gambar 1.  
Model empirik



### SIMPULAN

Berdasarkan telaah pustaka, maka dapat disimpulkan beberapa proporsi yang dapat dikembangkan untuk penelitian yaitu:

1. Proporsi pertama: tipe keperibadian membedakan intensitas penggunaan jejaring sosial.
2. Proporsi kedua: religiulitas akan mempengaruhi etika dan intensitas dalam penggunaan jejaring sosial
3. Proporsi ketiga: gender membedakan etika dan intensitas penggunaan jejaring sosial.



## SARAN

Dari proposisi pertama, dapat dikembangkan berbagai penelitian dengan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh gender terhadap etika dan intensitas penggunaan jejaring sosial?
2. Bagaimana pengaruh tipe kepribadian terhadap etika dan intensitas penggunaan jejaring sosial?
3. Bagaimana pengaruh religulitas terhadap etika dan intensitas penggunaan jejaring sosial?

Dari proposisi kedua, dapat dikembangkan berbagai dengan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apakah terdapat perbedaan etika dan intensitas penggunaan face.
2. Bagaimana pengaruh Religiulitas terhadap etika pengguna jejaring sosial?
3. Bagaimana pengaruh Religiulitas terhadap intensitas pengguna jejaring sosial?

Dari proposisi ketiga, dapat dikembangkan berbagai penelitian dengan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh Gender terhadap etika pengguna jejaring sosial?
2. Bagaimana pengaruh Gender terhadap intensitas pengguna jejaring sosial?

## DAFTAR PUSTAKA

- Ancok D, Suroso dan Nashori, F (1995). *Psikologi Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Anggarasari, R.E. (1997). Hubungan Tingkat Religiusitas dengan Sikap Konsumtif pada Ibu Rumah Tangga. *Indonesian Psychological Journal*. Psikologika. Halaman 15-20 Nomor 4 tahun II.
- Arani, Esti W (2010). *Skripsi* Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Astuti, Maria Arie Setyo (2004) Hubungan Intensitas Penerangan dengan Produktivitas Pekerja Bagian Linting SKT di P.T. Djitoe itc Surakarta. *Undergraduate Thesis*. Diponegoro University.
- Bertens K., (2000). *"Etika"*, Gramedia Pustaka Utama. Jakarta. Pp. 4-7
- Boatwright John R and Slate John R. (2000). Work Ethic Measurement of Vocational Students in Georgia. *Journal of Vocational Education Research*. Volume 25. No. 4.
- Clerq, I. D. (1994). *Tingkah Laku Abnormal: Dari Sudut Pandang Perkembangan*. PT. Grasindo. Jakarta
- Cohen, J., L. Pandt, and Sharp. D. (1998). The Effect of Gender and Academic Discipline Diversity on the Ethical Evaluations, Ethical Intentions and Ethical Orientation Of potential Publik Accounting Recruits". *Accounting horizons* (september): pp. 250 – 270.
- Daradjat, z. (1994). *Kesehatan mental*. Jakarta: Bulan Bintang.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan.(1998). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Balai Pustaka. Jakarta.
- Diener, ED and Martin E. P. Seligman (1993). "Very Happy People," *Psychological Science*, 13(1), 81-84.
- Eysenck, H.J. And Wilson, G.D. (1992). *Know Your Own Personality*. Anglesburg: Pelican Book, Hasel Watson And Viney, Ltd.
- Gazalba, S. 1985. *Asas Agama Islam*. Jakarta : Bulan Bintang.
- Hastuti (200). Stereotipe Dan Komoditasi Perempuan Dalam Iklan. *Jurnal Perempuan Indonesia*. Yjp. Jakarta.
- Hilgard, E.R. (1962). *Introduction To Psycology*. Edisi 3. Stanford University.
- Hilgard, E.R. (1962). *Introduction To Psycology*. Edisi 3. Stanford University.
- Hill, B. R & Petty, G. C. (1995). A New Look At Selected Employability Skills:A Factor Analysis Of The Occupational Work Ethic. *Journal Of Education. Research*. Volume 20http://Www.Coe.Uga.Edu/~Rhill/Workethic/Jverart. Htm
- Jamaluddin, M. (1995). Religiusitas Dan Stress Kerja Pada Polisi. *Skripsi*. Yogyakarta : Fakulta Psikologi Ugm.
- Keraf, S. (1998). *Etika Bisnis, Tuntutan Dan Relevansinya*. Yogyakarta. Pt. Kanisius
- Kuntari Dan Kusuma. 2001. Pengalaman Organisasi. Evaluasi Terhadap Kinerja Dan Hasil Karir Pada Kantor Akuntan Publik: Pengujian Pengaruh Gender. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*. FE UGM. Yogyakarta.
- Matdarwan, Nn. (1986). *Manusia, Agama Dan Kebatinan*. Yogyakarta: Yayasan Bina Karir.
- Mubyarto (2002). *Artikel Jurnal Ekonomi Rakyat* Th. I - No. 1
- Ni Wayan Kurnia Dewi. (2008). Pengaruh Intensitas Moral Konsensus Sosial, Besaran Konsekuensi, Dan Kedekatan Terhadap Intensi Keperilakuan Dalam Situasi Etis Penggunaan Sistem Informasi.
- Peslak, Alan R. (2006). "Ethics and Moral Intensity: an Analysis of Information Technology and General Education Students". Working Paper.

- Information Sciences and Technology, Penn State University. *Psychological Journal*. Psikologika. Halaman 61-67 nomor 4 tahun II .
- Rahayu, H.P. (1997). *Hubungan Tingkat Religiusitas Dengan Prilaku Coping Stress*. Indonesian.
- Sadli, (1995). *Pengantar Tentang Kajian Wanita*. Dalam Kajian Wanita Dalam Pembangunan. Yayasan Obor Indonesia.
- Sugianti. S. *Ekonomi Nasional* ,Menuju Bisnis Beretika Islam
- Suryabrata, S., (1988). *Psikologi Kepribadian*. Rajawali. Jakarta.
- Suryokusumo S. Aspek Moral dan Etika Dalam Penegakan Hukum Internasional. <http://www.scribd.com/doc/38216238/Aspek-Moral-Dan-Etika-Dalam-Penegakan-Hukum-Intl-Sumaryo-Suryokusumo>. Accesed Sept29<sup>th</sup> 2010.
- Thouless (1992). Dalam <http://Ramabintangsekolah.Blogspot.Com/2010/05/PerkembanganSikap-Keagamaan-Thouless.Html>
- Zainuddin Sri Kuntjoro, Mpsi, Tipe Kepribadian Manusia., Jakarta, 9 April 2002 <http://Www.E-Psikologi.Com/Usia/090402.Htm>. Accesed Sept29<sup>th</sup> 2010.
- <http://www.internetsehat.com>.
- [Http://www.Acehinstitute.Org/Opini\\_Kusmawati\\_Soal\\_Sigmund\\_Freud.Htm](http://www.Acehinstitute.Org/Opini_Kusmawati_Soal_Sigmund_Freud.Htm).Tentang Teori Kepribadian Sigmund Freud Dan Aplikasinya Dalam Proses Bimbingan, Accesed Sept29<sup>th</sup> 2010.
- [www.indomedia.com](http://www.indomedia.com)
- <http://dict.die.net/personality>. Definition of Personality. Accesed Sept29<sup>th</sup> 2010.
- [http://rizal.blog.undip.ac.id/files/2009/07/dipakai\\_siskom\\_etika-profesi.pdf](http://rizal.blog.undip.ac.id/files/2009/07/dipakai_siskom_etika-profesi.pdf).Martin. [Dipakai\\_Siskom\\_Etika-Profesi.Pdf](http://www.telaga.org/ringkasan.php?kepribadian.htm). Accesed Sept29<sup>th</sup> 2010.
- <http://Www.Telaga.Org/Ringkasan.Php?Kepribadian.Htm>. Golongan Kepribadian. Accesed Sept29<sup>th</sup> 2010.